

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Penelitian ini berfokus pada tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai produk indihome melalui berbagai media komunikasi. Kajian penelitian ini berangkat dari teori Harold Laswell (Mulyana,2012:147) yang menjelaskan bahwa cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan - pertanyaan, *Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect ?* (Siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana?).

Dalam penelitian ini yang disebut *Who* adalah PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya. *Says What* atau pesan yang disampaikan adalah segala sesuatu mengenai produk Indihome. *In Which Channel* atau medianya adalah berbagai media komunikasi baik *offline* maupun *online*. *To whom* yang artinya kepada siapa yaitu pada masyarakat Surabaya, dan *With What Effect* yang merupakan efek dari komunikasi tersebut yaitu efek kognitif yaitu tingkat pengetahuan tersebut.

Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antara individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal maupun perilaku dan tindakan. Komunikasi merupakan aspek yang sangat penting dalam kegiatan bisnis dan dunia (Irwansyah,2017:02).

Tanpa komunikasi, tidaklah mungkin dapat meyakinkan individu, kelompok atau publik untuk mengenal, memahami dan membutuhkan perusahaan dan produknya. Komunikasi efektif merupakan faktor utama dalam menciptakan kegiatan bisnis yang kondusif (Irwansyah,2017:02).

Efek adalah akibat atau hasil dari proses komunikasi yang terjadi pada penerima / komunikan. Efek (Moerdijati,2012:53) diklasifikasikan menjadi tiga yakni, efek kognitif (berhubungan dengan pengetahuan), afektif (perubahan sikap) dan konatif atau biasa disebut efek *behavioral* (berhubungan dengan niat).

Berdasarkan pernyataan tersebut, penelitian ini meneliti sebatas kognitif saja yakni efek yang berhubungan dengan pemikiran seseorang untuk mencapai tingkat pengetahuan atas informasi yang disampaikannya tersebut. Selain itu, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui suatu efek yang terjadi kepada seseorang pasca menerima sebuah pesan.

Efek yang dihasilkan pada penelitian ini adalah efek kognitif yang berhubungan dengan pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai produk indihome melalui berbagai media komunikasi tersebut. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (Dewi,2010:12).

Penelitian ini berfokus pada efek kognitif-nya, dimana pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang tersimpan dalam ingatan sehingga tingkat pengetahuan dapat didefinisikan sebagai seberapa banyak informasi yang tersimpan dalam ingatan seseorang ketika seseorang menerima sebuah informasi, apakah tinggi, sedang atau rendah, yang dapat diukur dengan menilai secara langsung isi ingatan (Engel, 1994:316).

Penelitian ini berfokus pada tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai produk indihome melalui berbagai media komunikasi tersebut. Menurut Ibu Jayanti Sukma Maulani, salah satu divisi *officer I Digital Service* (BGES) dalam wawancara yang mengatakan sebagai berikut :

“ Dari kaca mata regional masyarakat luas belum paham mengenai manfaat fitur Indihome tersebut. Ternyata rapot perusahaan mengenai produk Indihome nilainya masih rendah sekali dari perlindungan konsumen / lembaga konsumen. (Jayanti Sukma Maulani, wawancara pribadi, 01 April 2019) ”

Penulis merasa penting untuk meneliti tingkat pengetahuan mengenai produk Indihome, karena tujuan dari produk indihome untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat Surabaya bahwa fitur Indihome dapat membantu dalam kebutuhan kita sehari-harinya. Dan dapat membantu para anak - anak yang sulit belajar berhitung, membaca dan sebagainya.

Dengan adanya layanan *edukids* ini dapat membantu perkembangan daya ingat anak dengan cepat serta dapat mudah dimengerti dalam metode belajarnya dan sebagainya tersebut. Oleh karena itu, dari pihak perusahaan telkom akan meningkatkan sebuah informasi mengenai produk indihome agar masyarakat sekitar dapat mengetahui manfaat fitur - fitur yang tersedia serta nilai produknya dapat meningkat tersebut.

Indonesia *digital home*, yang disingkat dengan sebutkan Indihome. Indihome merupakan salah satu produk layanan dari PT. Telekomunikasi Indonesia regional V Surabaya yang berupa paket layanan komunikasi dan data seperti telepon rumah (*voice*), internet (*Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*), dan layanan televisi interaktif (*USee TV Cable, IP TV*) dan sebagainya.

Karena penawaran inilah Telkom memberi label Indihome sebagai tiga layanan dalam satu paket (3-in-1) karena selain internet, pelanggan juga mendapatkan tayangan TV berbayar dan

saluran telepon tersebut. Paket Indihome juga dilengkapi dengan konten seperti layanan portal musik digital, *home automation* dan sebagainya.

Sejak diluncurkannya Indihome, pelanggan yang berlangganan paket internet *Speedy* satu - per-satu diminta untuk beralih menggunakan Indihome, karena layanan *Speedy* akan segera diberhentikan pada tahun 2015. Nama IndiHome resmi diluncurkan pada tahun 2015.

IndiHome merupakan salah satu program dari proyek utama Telkom Indonesia *Digital Network* pada tahun 2015.

Dalam penyelenggaraannya, telkom menggandeng sejumlah pengembang teknologi telekomunikasi untuk membangun rumah berkonsep digital dan pelayanan indihome hanya bisa diterapkan pada rumah yang di wilayahnya terdapat tersedia jaringan serat optik dari Telkom (FTTH) dan area yang masih menggunakan kabel tembaga tersebut.

Dibawah ini merupakan keuntungan dari produk Indihome yang sebagai berikut ini :

Gambar 01. Keuntungan Indihome

KEUNTUNGAN INDIHOME

IndiHome mengankan layanan Triple Play dari Telkom yang terdiri dari Telepon Rumah, Internet on Fiber atau High Speed Internet* dan UseeTV Cable (P TV) beserta berbagai fitur tambahan seperti IndiHome View, Pelan dan Trend Micro Internet security.

TELEPON RUMAH
Layanan komunikasi telepon dengan keunggulan biaya yang lebih murah dengan kualitas suara yang jernih. Paket Telepon Rumah INDIHOME menawarkan GRATE selanjut 1000 menit lokal atau internasional.

INTERNET ON FIBER ATAU HIGH SPEED INTERNET*
Layanan Internet berkecepatan tinggi menggunakan fiber optik dari Telkom Indonesia yang memiliki keunggulan:

- LEBIH CEPAT**
Fiber optik mampu mentransfer data (Bandwidth) hingga 100x lebih cepat dibandingkan kabel coax atau coaxial.
- LEBIH STABIL**
Komputer fiber optik jauh lebih stabil dibandingkan coax atau coaxial pada saat dilakukan sharing (share internet secara bersamaan).
- LEBIH HANSAH**
Fiber optik lebih tahan terhadap kondisi cuaca seperti sengatan sinar dan gangguan dari elektromagnet dibandingkan kabel coax atau coaxial. Sehingga komputer Anda menjadi lebih aman.
- LEBIH CANGGIH**
Fiber optik merupakan teknologi pengalihan data berkecepatan dan terapan yang digunakan dalam layanan fixed broadband.

CABLE ATAU COAXIAL

Kecepatan	✓ 10-15 Mbps
Instabilitas	✓ Bisa tidak
Pemadatan	✗ Bisa tidak stabil
Keamanan	✗ Bisa tidak aman
Instabilitas	✗ Bisa tidak aman

FIBER OPTIK

Kecepatan	✓ 10-15-100 Mbps
Instabilitas	✓ Sangat stabil
Pemadatan	✓ Bisa tetap stabil
Keamanan	✓ Bisa tetap aman
Instabilitas	✓ Bisa tetap aman

SECURITY CABLE
Layanan Internet internet dan personalisasi berkecepatan Internet protocol dan perangkat fiber fiber optik sangat cepat.

INDIHOME VIEW
IndiHome View merupakan Layanan internet untuk menonton Live Camera dimana pengguna dapat melakukan live access dan menonton video dengan proses instalasi yang sangat mudah menggunakan Plug & Play PC-Cam media digital (Android maupun iOS).

INDIHOME
IndiHome adalah portal multi media digital yang menyediakan konten musik dan berbagai game, film, musik, video, maupun program-program lainnya yang dapat diakses dengan mudah menggunakan Plug & Play PC-Cam media digital (Android maupun iOS).

TREND MICRO
Layanan Internet Security dari Telkom untuk pelanggan Speedy dengan aplikasi Trend Micro adaptasi platform. Komputer Anda akan terlindungi oleh layanan virus, malware, spyware, trojan, phishing dan serangan yang lain yang dapat merusak seluruh data dan sistem aplikasi berbasis data yang digunakan.

*Speedy High Speed Internet on Fiber hanya tersedia untuk pelanggan Speedy Fiber 100 Mbps & 100 Mbps dengan paket IndiHome View dan IndiHome View dengan paket IndiHome View.

Sumber : dokumen penulis

Indihome layanan internet cepat *on fiber* merupakan salah satu dari tiga layanan inti *triple play* dari *indihome fiber* yang menghadirkan paket internet supercepat hingga 100 Mbps. Selain itu, layanan inti lainnya adalah *Interactive TV* (*Usee TV*) dan *phone* (*telepon rumah*) dan sebagainya.

Guna untuk memaksimalkan layanan produk Indihome, Telkom gencar menggelar infrastruktur *fiber optic*. *Fiber Optic* merupakan salah satu jenis media transfer data dalam jaringan komputer. Sekilas bentuknya seperti sebuah kabel, namun berbeda dengan kabel lainnya karena media ini mentransfer data dalam bentuk cahaya. Untuk menggunakan *fiber optic* dibutuhkan kartu jaringan yang memiliki konektor tipe ST (*ST connector*).

Fiber digunakan sebagai layanan internet super cepat menggunakan fiber optik dari Telkom Indonesia yang memiliki keunggulan, *fiber optik* mampu mentransfer data (*band width*) hingga ratusan Mbps (jauh lebih cepat dibandingkan kabel *coax* atau *copper*), kecepatan fiber optik jauh lebih stabil dibandingkan *coax* atau *copper* pada saat dilakukan sharing (akses internet secara bersamaan), *fiber optik* lebih tahan dalam kondisi cuaca apapun seperti serangan petir dan gangguan elektromagnet dibandingkan kabel *coax* atau *copper*.

Sehingga komputer anda menjadi lebih aman dan fiber optik merupakan teknologi penghantaran data tercanggih dan terbaru yang digunakan dalam layanan *fixed broadband* tersebut.

Kelebihan dari *fiber optic* dibanding media kabel lainnya adalah dalam hal kecepatan transfer datanya yang sangat tinggi. Selain itu *fiber optic* mampu mentransfer data pada jarak yang cukup jauh yaitu 2500 meter lebih tanpa bantuan perangkat repeater dan tahan terhadap interferensi dari frekuensi - frekuensi liar yang ada disepanjang jalur instalasi.

Selain itu perusahaan melakukan modernisasi jaringan demi menyediakan layanan terbaik untuk pelanggan indihome di seluruh Indonesia.

Telkom juga turut memperkaya konten dan menyediakan beragam fitur menarik untuk meningkatkan jumlah pelanggan indihome tersebut. Dibawah ini merupakan layanan fitur produk Indihome yang sebagai berikut ini :

Gambar 02. Fitur Indihome



Sumber : dokumen penulis

Gambar di atas ini merupakan manfaat dari fitur Indihome serta juga dapat membantu kehidupan kita sehari-harinya, misalkan saja dengan adanya fitur Indihome *study* dapat membantu seorang anak dalam belajar dengan mudah, dapat mudah dipahami dan juga ia dapat mengerjakan soal latihan *try out*, dalam fitur ini memiliki animasi gambar serta video dalam metode belajarnya supaya seorang anak kita jenuh dengan metode

belajarnya dan juga masih banyak lagi fitur indihome yang tersedia tersebut.

Dengan adanya metode belajar ini seorang anak dapat belajar dengan santai, enjoy serta tidak bosan. Bukan hanya fitur pendidikan saja tetapi masih banyak lagi dalam produk indihome ini tersebut. Indihome memiliki berbagai fitur mulai dari pendidikan, bisnis, hiburan, film, gaya hidup dan sebagainya.

PT. Telkom Indonesia juga menyediakan aplikasi digital *my Indihome* yang digunakan di berbagai perangkat agar pelanggan dapat dengan mudah melakukan registrasi layanan dan berbagai fitur tambahan, melaporkan gangguan, cek tagihan, cek poin, hingga mengetahui info pemakaian layanan.

Dibawah ini merupakan layanan aplikasi *My Indihome* dari PT. Telkom Indonesia yang sebagai berikut ini :

Gambar 03. My Indihome



Sumber : dokumen penulis

Berikut hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan Jayanti Sukma Maulani, salah satu divisi *officer I Digital Service* (BGES) PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya sebagai berikut ini :

“ Tujuan dengan adanya aplikasi *My IndiHome* ini dapat mempermudah masyarakat dan membuat kepastian layanan bagi pelanggan Indihome terus ditingkatkan, karena merupakan aspek penting bagi pelanggan agar lebih nyaman dan optimal dalam menikmati layanan. Ini merupakan inovasi terbaru dari PT. Telkom Indonesia untuk memberikan kendali dan fleksibilitas bagi pelanggan dalam mendapatkan dan mengelola berbagai jenis layanan serta manfaat tambahan dari Indihome tersebut (Jayanti Sukma Maulani, 01 April 2019).”

My IndiHome bisa didapatkan dengan cara mengunduh dan install melalui *App Store* dan *Play Store*, dan dengan adanya aplikasi *My IndiHome* masyarakat bisa lebih praktis untuk menggunakan nya bisa registrasi, melihat area lokasi juga bisa memilih produk apa saja yang bisa gunakan.

Digunakan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan, Telkom juga berupaya meningkatkan *customer service* serta

menghadirkan pusat layanan pelanggan terpadu dengan menerapkan konsep digital yaitu plasa telkom dan grapari telkomgroup di berbagai wilayah di Indonesia tersebut.

Kekuatan dari produk Indihome yaitu menggunakan teknologi kabel fiber *optic* dan *coaxial* untuk kualitas terbaik, memiliki layanan terpadu dalam satu paket bernama *triple play* yang termasuk telepon rumah, internet, layanan televisi interaktif yang menghadirkan internet dengan kecepatan yang tinggi, televisi kabel *UseeTV* dan layanan telepon dengan benefit 1000 menit telepon gratis untuk lokal maupun interlokal tersebut.

Peneliti memilih produk Indihome, karena Indihome merupakan layanan *Triple Play* dari Telkom yang terdiri dari Telepon Rumah (*voice*), *Internet on Fiber* atau *High Speed Internet* dan *UseeTV Cable (Interactive TV)*.

Untuk sebagian besar wilayah Indonesia, IndiHome akan dilayani dengan menggunakan 100% Fiber artinya kabel *Fiber Optic* digelar sampai ke rumah pelanggan dan pelanggan Indihome sudah mencapai 5 Juta pelanggan pada bulan desember tahun 2018. Terlebih lagi, mengutip di Detikinet.com yang sebagai berikut ini :

“ PT. Telkom Indonesia mengumumkan pencapaian layanan produk IndiHome sepanjang tahun ini. Telah tercatat ada 5 juta pelanggan hingga awal Desember tahun 2018 tersebut. Jumlah ini tidak terlepas dari kebutuhan *layanan fixed broadband* yang saat ini jadi

prioritas masyarakat Indonesia. Saat ini, kebutuhan akses internet kecepatan tinggi merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam mendukung aktivitas keluarga," kata Direktur Consumer Service Telkom Siti Choiriana dalam keterangan resmi. Pencapaian 5 juta pelanggan IndiHome menjelang akhir tahun 2018 ini merupakan wujud kepercayaan masyarakat Indonesia kepada Telkom. Ini merupakan prestasi sekaligus motivasi bagi Telkom untuk terus memberikan *best customer experiences* mencakup *best network quality*, *best customer services*, hingga *best customer loyalty* program kepada seluruh pelanggan IndiHome,"(<https://inet.detik.com/telecommunication/d-4340753/akhir-2018-indihome-tembus-5-juta-pelanggan>)

Layanan internetnya tidak lemot, harga terjangkau, tersedia banyak pilihan paket sesuai kebutuhan, menjadi media belajar anak masa kini, perlindungan ekstra dari virus digital, dan juga mudah untuk di pasang setiap rumah, jalan, kompleks, *apartement* maupun *corporation* tersebut. Pesaing dari produk lain ialah first media dan biznet, dalam first media ia hanya memiliki layanan fitur *Video on demand*, *personal video recorder*, *time shift*, *TV guide*, *multimedia*, *voice command*, *youtube* saja, sedangkan biznet sendiri memiliki layanan fitur yang sedikit sama dengan first media jika dibandingkan dengan produk indihome, indihome memiliki banyak fitur yang tersedia tersebut.

Dari aspek *coverage* Indihome lebih luas dari pada kompetitor, layanan Indihome ini dapat dijangkau hampir seluruh

wilayah Indonesia. Indihome juga memiliki kekuatan finansial yang besar sehingga mudah melakukan investasi peralatan telekomunikasi yang termahal. Untuk Kelemahan dari produk indihome yaitu harga produk Indihome relatif mahal.

Sedangkan untuk kela^mahan biznet yaitu layanan biznet hanya dapat dinikmati di wilayah tertentu, jika ada gangguan biznet membutuhkan waktu yang lama karena menggunakan kabel *fiber optic*, layanan internet biznet tidak secepat layanan dari *internet service provider* lainnya.

PT. Telkom Indonesia dalam melakukan sosialisai tentang produk fitur indihome ini dilakukan melalui berbagai media komunikasi baik *offline* maupun *online*. Media komunikasi *online* meliputi, akun *instagram*, *twitter*, dan *facebook* resmi @telkomindonesia. Selain melalui akun *Instagram*, juga ada akun *youtube* PT. Telkom Indonesia dan Indihome.

Selain itu untuk media sosialisasi *offline* dilakukan dengan cara mengadakan event, pelatihan atau datang kesekolahan yang dimana pada pertemuan tersebut akan diberikan sosialisasi tentang produk indihome sehingga pihak sekolah dan kepada siswa - siswinya mengetahui manfaat dari fitur Indihome tersebut.

Namun sosialisasi ini hanya dilakukan ketika PT. Telkom Indonesia mengumumkan adanya *indihome study* atau informasi baru lainnya, selebihnya sosialisasi hanya memanfaatkan media *online*.

Hal ini disampaikan oleh Jayanti Sukma Maulani, salah satu divisi *officer I Digital Service* (BGES) PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya dalam wawancara sebagai berikut :

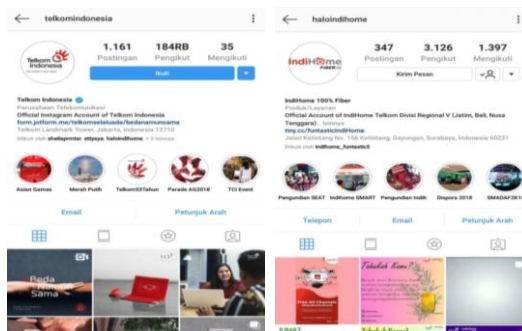
“ Tidak ada jadwal khusus dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan. Biasanya secara insidental, atau pada saat pemberitahuan adanya Indihome study atau informasi baru lainnya. Sosialisasi yang dilakukan dengan cara mengadakan event, datang kesekolah serta ada pelatihan, nanti akan disampaikan tentang manfaatnya fitur Indihome. Sisanya kita memanfaatkan media online seperti instagram, twitter, website, aplikasi my indihome, facebook dan youtube PT. Telkom Indonesia juga mencetak brosur mengenai penjelasan manfaat mengenai produk Indihome, yang diberikan kepada sekolah - sekolah yang terlibat. Semua penjelasan jelas ada di instagram, twitter, website, aplikasi my indihome dan youtube, jadi bisa diakses sendiri oleh masyarakat. (Jayanti Sukma Maulani, 01 April 2019) ”

Melalui akun instagram @telkomindonesia atau @haloindihome menyampaikan segala informasi mengenai produk indihome, mulai dari informasi mengenai manfaatnya fitur indihome dan sebagainya. Akun ini juga memuat foto mengenai manfaatnya produk indihome sehingga khalayak dapat mengakses

instagram @telkomindonesia agar masyarakat luas dapat mengetahui manfaat dari sebuah produknya masyarakat.

Dalam instagram @telkomindonesia juga memanfaatkan fitur *story* dalam *update* kegiatan operasional produk indihome setiap harinya dan juga memanfaatkan fitur *direct message* atau pesan pribadi, sehingga para masyarakat yang ingin bertanya mengenai produk indihome dapat dengan mudah bertanya dan mendapatkan informasi. Dibawah ini merupakan akun instagram resmi telkom sebagai berikut ini :

Gambar 04. Instagram Telkom Indonesia



Sumber : dokumen penulis

Dengan adanya media promosi *instagram* ini agar masyarakat luas dapat mengetahui segala informasi yang ada

mengenai sebuah produk telkom yang selalu memberikan informasi ter-*update* dalam setiap hari-nya. Pengguna akun Telkom Indonesia merupakan akun resmi yang dikelola oleh dari setiap regional kantor Telkom Indonesia, dalam regional ini telkom memiliki berbagai regional dalam setiap wilayah agar untuk mempermudah para masyarakat luas ataupun masyarakat sekitar. Tujuannya dengan adanya akun ini masyarakat luas dapat mengetahui segala manfaat fitur indihome serta seluruh kegiatan event Telkom Indonesia tersebut.

Halo Indihome memiliki makna yaitu Halo Sobat Indihome, dalam akun *instagram* ini memiliki berbagai macam segala informasi, misalkan saja memberikan informasi kepada para masyarakat luas mengenai teh hijau dapat menjaga kesehatan bagi gusi, karena didalam teh hijau terkandung *polifenol* jenis *catechin* yang lebih banyak dibandingkan dengan teh hitam, kegiatan indihome dan sebagainya.

Sedangkan pengguna akun halo indihome merupakan akun resmi lama dari PT.Telkom Indonesia Regional V Surabaya, akun ini di kelola oleh divisi *consumer & marketing*.

Tujuannya dengan adanya dua akun ini dapat membangun serta menjalin keakraban dengan mudah dengan masyarakat luas serta para konsumen indihome serta agar lebih dekat dengan para klien, pelanggan, pengguna indihome, konsumen tersebutnya.

Dibawah ini merupakan media sosial *twitter* dan *facebook* dari produk indihome sebagai berikut ini :

Gambar 05. Twitter Telkom Indonesia



Sumber : dokumen penulis

Gambar 06. Facebook Telkom Indonesia



Sumber : dokumen penulis

Selain akun *Instagram*, *twitter*, *facebook*, produk indihome juga memanfaatkan Youtube sebagai media publikasinya. Dimana pada akun youtube, memiliki perbedaan dari dua akun sebelumnya yaitu, di akun *Youtube* bukan akun khusus mengenai produk indihome, melainkan adalah akun PT. Telkom Indonesia yang memuat juga tentang informasi manfaat fitur produk indihome.

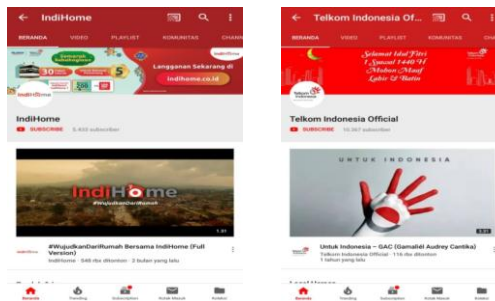
Dalam penyebaran informasinya berbeda dengan dua akun sebelumnya dimana pada *Instagram*, *twitter* dan *facebook* lebih menggunakan foto sebagai medianya, pada akun *youtube* menggunakan media video. Video yang disajikan juga sangat informatif dan menarik, contohnya yaitu cara penggunaan fitur smart indihome dan sebagainya.

Dengan adanya akun *Youtube* ini sangat berguna sekali bagi perusahaan PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya dikarenakan dengan adanya media *youtube* ini dapat memberikan dampak yang positif bagi para konsumen pengguna indihome, pelanggan indihome.

Di dalam akun *youtube* ini terdapat *content* yang sangat bermanfaat sekali bagi kehidupan kita sehari – harinya serta juga dapat memberikan informasi yang terkait dengan kegunaan dari

kualitas produk indihome dan menjelaskan mengenai produk indihome yang memiliki berbagai macam - macam fitur indihome yang tersedia tersebut. Dibawah ini merupakan akun youtube dari PT. Telkom Indonesia yang sebagi berikut ini :

Gambar 07. YouTube Indihome



Sumber : dokumen penulis

Sosialisasi yang dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia Regional V ada yang diberikan secara langsung diberikan kepada masyarakat Surabaya ataupun media lainnya. Sehingga, masyarakat Surabaya diharapkan dapat memanfaatkan fitur - fitur indihome yang tersedia atau informasi yang berkaitan dengan operasional mengenai produk Indihome ini melalui media sosial yang disediakan yaitu *instagram*, *twitter*, *facebook* dan *youtube* tersebut.

Penelitian ini akan menggunakan metode survei dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data dan bertujuan untuk memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Penelitian yang digunakan sebagai penelitian pembandingan dalam penelitian ini memiliki persamaan objek penelitian yaitu tingkat pengetahuan tersebut.

Pada penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Dina Bianca Valeria Cahyonoputri, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang meneliti mengenai Tingkat Pengetahuan Pelajar Surabaya mengenai Program Bus Sekolah oleh Pemerintah Kota Surabaya melalui berbagai media komunikasi Tahun 2018. Bedanya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah subjek dan obyeknya tersebut.

Hasil dari penelitian terdahulu menunjukan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat telah memiliki pengaruh yang sangat besar, sangat besar di sini itu cara berkomunikasi tersebut.

Hal ini juga bisa terkait dengan komunikasi efektif merupakan faktor utama dalam menciptakan kegiatan bisnis yang kondusif, Irwansyah (2017:02). Dari berbagai gambaran diatas, peneliti ingin meneliti mengenai Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai produk indihome melalui berbagai media

komunikasi tersebut. Hal ini dikarenakan yang melalui beberapa wawancara kepada Ibu Jayanti Sukma Maulani yang mengatakan sebagai berikut ini :

“ Ternyata nilai rapot perusahaan mengenai produk Indihome nilainya masih rendah sekali dari pihak perlindungan konsumen / lembaga konsumen. (Jayanti Sukma Maulani, 01 April 2019) ”

Penelitian yang digunakan oleh penulis ialah penelitian kuantitatif yang melalui deskriptif tersebut. Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka peneliti berpikir dan nulis merumuskan untuk meneliti bagaimanakah Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai produk indihome melalui berbagai media komunikasi tersebut.

I.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana dikemukakan di atas, maka masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut ini :

“Bagaimanakah Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai produk Indihome melalui berbagai media komunikasi ? ”

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ditetapkan diatas, maka tujuan dari dilakukannya penulisan ini adalah untuk

mendeskripsikan “Bagaimanakah Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai produk Indihome melalui berbagai media komunikasi ? ”

I.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah ditujukan agar ruang lingkup penelitian dapat lebih jelas dan terarah sehingga tidak mengaburkan penelitian. Adapun pembatasan masalah yang akan diteliti sebagai berikut ini :

- Obyek penelitian ini adalah **Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya**
- Subyek penelitian ini adalah **Pengguna Indihome**
- Metode penelitian ini adalah **Survei**

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan melalui hasil dari penulisan berikut ini :

- Manfaat Teoritis : Untuk menambah referensi penulisan dalam tingkat pengetahuan tersebut.

- **Manfaat Praktis** : Hasil penulisan diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan perkembangan ilmu komunikasi khususnya tingkat pengetahuan tersebut.